

勇当促进共同富裕主力军 在中国式现代化建设中奋勇争先
开局冲刺·争先2025

开春“抢人” 解读石企突围背后的“人才密码”

■本报记者 蔡静琦 文/图

春节刚过,不少石材企业的机器还没运转起来,人事部的电话先被“打爆”了。在节后上班的第一天,记者发现,在今年石材企业的招聘海报上,文旅经理、文创产品总监、电商运营等新兴岗位格外引人注目,占据了显眼位置。这场开年即火爆的“抢人大战”,折射出传统石材产业转型升级的深层脉动。

扩招岗位撬动石材工业游

近日,水头英良世界石材自然历史博物馆(以下简称“英良博物馆”)发布了新春招聘计划,面向社会公开招聘9个文旅产业相关岗位。此次招聘涵盖了多个岗位,其中既有文旅项目运营经理、文创产品开发总监等管理岗位,也包含工业旅游讲解员、清修师等专业岗位,显示出传统石材企业拓展文旅赛道的坚定决心。

“石材行业作为垂直细分领域,兼具工业底蕴与艺术价值,但想要找到能讲透石材前世今生的复合型人才,难度比寻找稀有石材还高。”英良集团董事长刘良坦言,当前招聘面临不少挑战。据透露,该集团近3年接待的工业旅游人次逐年攀升,石材博物馆等文旅项目已成功塑造特色IP,但专业人才储备不足的问题,成为制约其进一步发展的瓶颈。

“这种恐龙蛋化石形成于侏罗纪时期,如今由我们的清修师一点一滴地修复,不仅具有极高的地质价值,又极具观赏价值。”走进英良博物馆,可以看到一名年轻的00后讲解员正带着游客观赏化石的纹路,这样充满跨界创意的场景,正是英良博物馆在新春之际大胆扩招9个文旅岗位的底气。

面对特殊行业的人才供给瓶颈,



新春开工,南安一石材企业给入职员工派发利是。

英良集团正着力构建“内生型”人才培养体系。通过设立石材艺术设计工作室、校企共建实训基地等方式,重点培育既懂石材特性又具创新思维的设计团队。目前,首批自主设计的石材系列文创产品已进入打样阶段,涵盖家居饰品、文房雅玩等20余个品类,彻底打破了大众对石材的传统刻板印象。

外贸电商崛起加剧人才需求

在新年的人才招募浪潮中,老牌石企东星石材也展现出对年轻化、多元化人才的渴求,尤其是外贸与电商领域的新兴力量。在该公司的东星奢石博物馆里,负责人黄志强透露,近年来,东星石材在外贸业务持续加大投入力度。仅去年一年,东星石材便积极参加了包括越南、印尼、美国等在内的19个国家的建材展。

黄志强认为,当前国内建材市场呈现出萎缩态势,而国外建材市场却展现出蓬勃的发展活力。“去年,我们水磨石业务就成功拿下了几个中东的大项目。”他表示,随着外贸业务的不断拓展,东星石材持续吸纳外贸精英,团队规模已扩充至三四十人,但仍有较大的人才缺口。因此,外贸与跨境电商人才成为公司当前主要的招聘方向。

此外,东星石材的奢石文创及家居产品,与线上平台的推广销售模式高度契合。黄志强指出,电子商务不仅仅是在线交易,更是一种有效的引流方式。因此,东星石材计划于近期启动电商馆项目,这也意味着公司需要招募更多的电商经营人才来支持项目的顺利推进。

产业变局倒逼人才战略升级

开年之际,和润石业有限公司率

先推出“优才计划”人才战略。和润石业董事长黄庆达透露,本次计划招募百名复合型人才,其中,近3成岗位瞄准国际化经营管理人才,主要是为未来10年储备人才。黄庆达坚定地表示:“哪怕招100个,最后只留下10个,我们也要全力以赴。”

在石材行业面临深度调整的背景下,这场人才储备战背后折射出更大的产业变局。作为世界石材之都,水头镇正经历从“国内竞争”到“全球竞合”的战略升级。正如黄庆达在企业年度战略会议上强调的:“当下正是石材行业百年未遇的转折点,要么重构全球产业格局,要么被时代淘汰。”

黄庆达坦言,过去石材行业主要依赖简单的加工和销售模式,因此,外界普遍认为该行业对学历门槛要求不高。然而,随着时代的变迁和行业的发展,石材行业如今已经上升到了更为复杂的管理层面。他指出,现在的石材行业涉及更多元化的业务领域和更高层次的管理需求,对专业人才的要求也相应提高。为了适应这一变化,公司开始积极招聘来自985、211高校的优秀毕业生。这些高学历人才具备出色的学习能力和自律性,能够迅速掌握行业新知识、新技能,并在工作中保持高效和专注。

据悉,目前和润石业已与福州大学达成战略合作,试图构建起“技术+人才”的双向赋能模式,重塑传统石材产业的人才结构。正如黄庆达在2025年水头新春恳亲大会上所说:“从北京到纽约,从石材贸易到标准制定,这场新海丝征程需要的不仅是勇气,更是能驾驭智能时代的复合型人才军团。”随着和润石业“优才计划”的推进,一场关于传统产业转型升级的深度变革正在南安悄然展开。

叶文福:春节不停工 会展人过别样“忙年”

■本报记者 李杨瑜 黄奕群
见习记者 陈辛琪 文/图

蛇年正月初三至初五,第二十一届南安国际水暖泵阀消防器材交易会第一期泵阀消防器材展(以下简称“CNPV”)在南安·福建成功国际会展中心盛大举行。这既是新春佳节里的会展盛宴,也是会展人独有的“忙年”方式。在幕后,有这么一群会展人的默默坚守与辛勤耕耘。

作为一位参与CNPV十多届的“资深会展人”,福建熙和展览有限公司总经理叶文福,这位“外来者”也在南安度过了十几个春节,亲历了展会的关键阶段与转折时刻,生动诠释了会展人“春节不停工”的敬业精神。现在,让我们跟随记者,一同走进叶文福的别样“忙年”。

从策展成员到展会独立服务商

龙年农历腊月廿八,在即将迎来新年钟声的时刻,南安·福建成功国际会展中心内,不断调试的设备和紧张忙碌的工作人员,组成了春节独特的风景线。

“直至除夕,仍然会有众多老同事在会展中心坚守,认真筹备着正月初三展会各项工作。大家总是担心有些收尾工作没做完,会影响到展会的顺利进行,所以,年基本是在会展中心过的。”作为第二十一届CNPV的策划指导,叶文福仍在和同事对接展会的视频和宣传内容。看着各项工作一点点完成,叶文福心里的石头总算落了地。

由于CNPV需要利用南在外贤达返乡的时机开展,因此,每年正月初三至初五成了最佳的展会时间。为了确保展会的顺利进行,他们早在农历腊月廿八之前便已完成了公共氛围布展和特装展台的搭建工作,而外地展商们则在大年初二抵达现场,将展品布置到位。

据叶文福介绍,今年第二十一届CNPV,还是沿用“一展两期”模式,规模进一步拓展,按主题分为不同的展区。眼下,第一期展会已圆满落幕,第二期展会将在4月清明期间举行。

“这样的布局,既考虑了场地的限



制,又充分发挥了南安独特的产销优势。”在叶文福看来,如今的CNPV,在全国知名度很高,规模也向一线城市的标准靠拢。

在南安,叶文福见证了CNPV的成长。曾经,他是展会承办单位——福建三叶集团合诚会展核心团队的成员,深度参与CNPV等展会的筹备工作。如今,他选择自主创业,在南安扎根。值得一提的是,老东家给予了他极大地支持,让他继续为集团子公司——福建合诚展会策划有限责任公司旗下的部分展会项目提供内容服务,助力他顺利转型为重要的服务商。对此,他始终怀揣着一颗感恩的心。

“我的老家在宁德霞浦,自接触展会工作以来,已多年没有回家过年了。”叶文福告诉记者,自己是个“不安分”的人,喜欢在不同的领域里探索、尝试。正是这种对未知的好奇与追求,让他在职业生涯的前半段,走过了许多城市,体验了不同的生活节奏与文化氛围。

2008年,对广告行业充满热爱的他,踏上了前往温州的旅程。2010年,他以一名文案的身份代表温州公司首度参与了CNPV,这一次尝试,为他打开了一扇跨界之旅的新世界大门”。自此,从温州到福州、三明、广州、上海再到南安,他的足迹遍布了大江南北;曾担任4A广告公司策略经理,本土公司品牌事业合伙人,以及石材杂志主编,如今则专注于会展领域、广告、媒体、会展——他不断跨越行业界限,每一步都充满了挑战与机遇。

在叶文福心里,南安的生活节奏舒适宜人,上班通勤时间短,让人能够真正享受到生活的乐趣。相较于大城市的喧嚣与忙碌,南安更像是一个温暖的港湾,给予他无尽的安宁与慰藉。正是这份独特的温度与舒适度,让他决定带着家人,在南安安定下来,真正落户成为一位新南安人。“南安不仅给了我事业的舞台,更给了我家的幸福与归属感。”他感慨道。

精耕产业展览 助力县域品牌走出去

从仑仑水暖城到会展中心,叶文福亲历了CNPV的发展与演变。2014年,南安市成功国际会展中心刚刚投用,CNPV便移师到这里举办第十一届展会,也成为南安·福建成功国际会展中心举办的首个展会。如今,展会规模预计扩大到7万多平方米,人气旺盛,每届都能吸引十几万的人流,在全国县域产业展中已属罕见。

“CNPV的核心优势之一在于其强大的产业供应链。得益于南安销售大军的先天优势,随着CNPV的不断发展壮大,越来越多的全国品牌商被吸引至此。为了争夺这些宝贵的客户资源,展会规模持续扩大,产业供应链也得以进一步强化。展会促进了行业采购与供应两端的共同繁荣。”叶文福告诉记者,如今,CNPV汇聚了众多卫浴五金、阀门、消防器材等产品的生产厂家和品

牌,形成了独特的供应链优势。这种优势不仅吸引了大量采购商前来参观采购,实现了CNPV的“扩圈效应”,更推动了南安水暖产业的快速发展。

与往年不同的是,今年,叶文福在协助第二十一届CNPV部分工作的同时,也在迎接新的挑战——准备首届中国(泉州)专用通信暨应急产业博览会(以下简称“泉州通信展”)的策划、宣传和活动板块的各项事宜。

“南安有着‘中国对讲机之乡’的美誉,依托无线电产业的强大基础,培育了一批批优秀的对讲机企业,如国内知名的海能达以及本地的宝锋电子、精通电子、远拓电子等。”叶文福告诉记者,为进一步加强专用通信及应急产业的交流与合作,为专用通信暨应急产业打造“南安样本”,推动相关产业“出海”,南安于2月9日至11日举办了首届泉州通信展。

在电子通信展遍地开花的情况下,如何突出特色,吸引企业参展,成为摆在眼前的一道难题。“首届泉州通信展,挑战与机遇并存。对讲机市场虽专精,却蕴藏着巨大的潜力。前期的大力造势和宣传推广,为泉州通信展赢得了广泛的关注和认可。”叶文福表示,其中,海能达以其卓越的实力和广泛的供应链,成为这场通信展的牵头者。它将深圳及全球的先进经验、企业的优质资源带回南安,为行业的交流与合作构筑了一座坚实的桥梁。

除了专业的交流与展示,叶文福告诉记者,首届泉州通信展还注重市民的参与和体验,设置无线知识问答、研学活动等活动,让业余无线电爱好者、市民和中小學生有机会近距离接触这一领域。

“与一线城市的展会相比,县域产业发展将成为未来行业交流与互通的新热点。”展望未来,叶文福表示,他将不断深化水暖阀门门产业的发展,积极探索县域产业展的新模式和新业态;同时,保持创新和原创力,致力于成为展会内容服务的专业提供商,赋能更多展会项目。此外,他还计划将县域产业整合并推广至外界,引进优秀品牌,通过“走出去、引进来”,链接多方优质资源,展示更多商机可能。



5天14场直播 好物轮番上阵
年货直播节吸引59.6万人次观看

■本报记者 李杨瑜 见习记者 陈辛琪 文/图

日前,“金蛇狂舞成功年”年货狂欢季直播节活动圆满落幕。本次,南安市融媒体中心联合腾扬商贸、汉舍卫浴、三叶集团等13家品牌企业和商家,共同推出农副产品、年货礼包、水暖卫浴、会展经济、海鲜干货、酒水茶叶、非遗好物等各类产品。

活动现场,企业负责人走进直播间,分享产品亮点,讲述其背后的文化故事,让观众沉浸式感受南安特色产业与文化魅力,为大家带来了一场购物与文化交融的难忘体验。直播持续5天,14场直播,共吸引59.6万人次观看。

今年的“金蛇狂舞成功年”年货直播节,南安市农业电子商务协会会长李金良带来了令人垂涎欲滴的佛跳墙大盆菜、清凉解渴的凉茶以及秋葵茶;石井镇桥头村党支部书记许志忠再次做客直播间,带来了石井镇海鲜干货大礼包,掀起一阵海味热潮。“未来,除了海鲜干货,我们还计划在村里拓展民宿、旅游和文创产品领域,助力乡村经济多元化发展。”许志忠表示。

年货礼盒与酒水茶叶是过年采购必不可少的元素。日旺食品总经理陈金楚带来闽南特色美食,让观众领略到闽南独特的饮食文化;益木堂品牌运营总监黄杨林则专注讲解云南古树茶的多款产品,正山堂负责人带来的多款红茶和武夷岩茶也备受瞩目。

春节是团圆的时刻,也是传承和弘扬传统文化的好时机。非遗好物与年宵花专场直播就聚焦了九溪九制熟地、阿兵哥豆干、南安窑瓷器以及年宵花等特色内容,带领观众领略传统技艺与新春美学的独特魅力。

在钰枝堂中医馆负责人、九溪九制熟地非遗项目代表性传承人沈跃基的介绍下,广大市民朋友深度了解了九溪九制熟地的历史、蕴含的文化内涵。“它不仅是当地人餐桌上的滋补佳品,更是文化传承的重要载体。”直播间里,沈跃基现场烹任了熟地老鸭汤,他还贴心地分享了熟地与其他食材的经典搭配、熟地储存方法等。

阿兵哥豆干作为南安金淘镇的特产,同样备受关注。直播间里,阿兵哥豆干负责人陈艺瑜详细介绍了挑豆、泡豆、磨浆、煮浆、过滤等11道制作工序,每一步都蕴含着匠人的智慧和汗水。

在传承中创新,在创新中发展。南安窑瓷器承载着地域文化,其非遗技艺代表性传承人李锦峰在直播中讲述了南安窑的历史、特色,以及与“成功家宴”的合作,从原料选择到装饰手法,从文化元素融入未来创作方向,全方位展现了南安窑的独特魅力,让传统美食与古老窑瓷文化激情碰撞,迸发出别样火花。

在水暖卫浴专场直播中,汉舍卫浴紧跟“以旧焕新”时代潮流,推出卫生间局部以旧焕新项目,致力于提升消费者生活品质,为消费者提供一站式服务。同时,汉舍卫浴带来了两款爆款智能马桶。其中,HTA2980轻智能马桶,以1099元的年货节优惠价,成为性价比之选。其依据人体工学设计,外观圆润大气,坐盖黑白双色搭配。旋钮三档控温,能够解决冬日如厕时座圈冰冷难题。马桶具有抗菌抑菌功能,底座不易开裂泛黄,脚感冲水,便捷又节能,是家中公共卫生间马桶的理想选择。

在直播中记者获悉,今年春节期间,不少企业都开启了“春节不打烊”的模式,用坚守为新年增添别样色彩。汉舍卫浴工作人员就表示,汉舍卫浴春节期间不打烊,无论是咨询产品信息还是下单购买,都会第一时间处理,物流正常配送,让消费者放心下单,享受无忧购物体验。



年宵花专场直播,让观众领略美学魅力。

省级数字化服务商征集启动

本报讯(记者 李杨瑜)日前,南安市工信局转发了根据福建省工业和信息化厅《关于征集省级数字化服务商的通知》,符合条件的申报单位需在4月15日前将纸质版材料报送至送至市工信局。

据了解,本次省级数字化服务商征集方向有综合型数字化服务商、行业型数字化服务商、场景型数字化服务商3种。要求综合型数字化服务商应具有综合集成能力,能够为企业提供总体解决方案。服务范围不限于单一技术领域或行业,具有较强的综合服务能力;行业型数字化服务商则需具有较好的工程实施能力,熟悉特定领域及行业的业务流程、转型需求及痛点,致力于传统行业提供数字化解决方案及技术支持;此外,场景型数字化服务商应专注于质量检测、仓储物流、生产安全等特定场景的数字化服务,能够针对特定工业场景需求,提供精准高效的数字化解决方案和技术支持。